


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук  
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры  
социологии и политологии  
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

  
И.А. Батанина

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ  
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО  
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**«Психологические основы медиакоммуникаций»**

**основной профессиональной образовательной программы  
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки  
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)  
**Технологии медиа**

Форма(ы) обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**  
**фонда оценочных средств (оценочных материалов)**

**Разработчик(и):**

Бочарова О.Е., доц. каф. СиП, канд. социол. наук



## **1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)**

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

## **2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6 семестр**

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)**

1. Назовите автора (-ов) теории поколений.
  - 1) Т. Парсонс
  - 2) Н. Хоув
  - 3) В. Штраус
  - 4) Т. Веблен
  - 5) Э. Тоффлер
  
2. Кто ввел понятие «стресс»?
  - 1) Г. Селье
  - 2) П. Вонг
  - 3) Т. Кокс
  - 4) З. Фрейд
  - 5) А. Адлер
  
3. Каковы особенности стратегии и тактики коммуникационных кампаний в условиях социального стресса?
  
4. Охарактеризуйте принципы использования теории поколений при разработке коммуникационных кампаний.
  
5. В чем состоит специфика рекламы, ориентированной на детей?

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)**

1. Представителей какого поколения называют также «поколение с ключом на шее»?
  - 1) поколения беби-бумеров
  - 2) поколения X
  - 3) поколения Y
  - 4) поколения Z

5) поколения А

2. Кто ввел в психологию понятие «сиблинг»?

- 1) А. Адлер
- 2) Э. Фромм
- 3) К. Юнг
- 4) З. Фрейд
- 5) К. Хорни

3. Какие возрастные рамки детства устанавливает Международная конвенция защиты прав ребенка?

- 1) до 10 лет
- 2) до 14 лет
- 3) до 16 лет
- 4) до 18 лет

4. Охарактеризуйте специфику теории поколений относительно российского общества и коммуникативных практик.

5. В чем состоит специфика рекламы, ориентированной на людей пожилого возраста?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)**

1. Перечислите типы жизненных стилей по А. Адлеру.

- 1) берущий
- 2) беспомощный
- 3) избегающий
- 4) управляющий
- 5) управляемый
- 6) социально-полезный
- 7) социально-бесполезный
- 8) активный.

2. В чем заключается действие эффекта новизны?

- 1) в формировании устойчивых образов каких-либо явлений или людей
- 2) в значимости порядка предъявляемой информации
- 3) в наложении информации, получаемой о реальном человеке, на образ, созданный заранее
- 4) нет верного варианта ответа.

3. В каком возрасте начинает проявляться гендерная сегрегация?

- 1) с 3-4 лет
- 2) с 7-8 лет
- 3) с 14-16 лет
- 4) с 25-28 лет
- 5) с 40-45 лет

4. В чем специфика коммуникационных кампаний, направленных на а) мужчин и б) женщин?

5. Какими психологическими методами оценивают эффективность рекламы?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.1)**

1. Каким термином принято обозначать положительный стресс, который сочетается с желательным эффектом и мобилизует организм?
  - 1) дистресс
  - 2) эустресс
  - 3) экостресс
  - 4) антистресс
  
2. В ходе эксперимента студентам разных групп показывали одного и того же человека. Его представляли в разных группах как студента, как лаборанта, как преподавателя, как доцента и как профессора. При просьбе определить рост этого человека оказалось, что он увеличивался по мере повышения его социального статуса. Это – проявление эффекта:
  - 1) стереотипизации
  - 2) проецирования
  - 3) ореола
  - 4) новизны
  - 5) идентификации.
  
3. Установите типы каузальной атрибуции: а) «Я опоздал на занятия в связи с плохой работой транспорта»; б) «В моей ошибке виноват мой начальник»; в) «Эта картина отвлекла мое внимание, и я не запомнил последнюю фразу».
  - 1) личностная
  - 2) объектная
  - 3) обстоятельственная.
  
4. Приведите примеры успешных и неудачных рекламных кампаний, направленных на а) мужчин; б) женщин.
  
5. Каковы оптимальные стратегии коммуникации с представителями поколения зуммеров?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.2)**

1. Назовите американского исследователя, предложившего в 70-е годы известную классификацию типов гендерного поведения:
  - 1) С. Бэм
  - 2) Э. Маккоби
  - 3) К. Гиллиган
  - 4) Т. Парсонс
  
2. Готовность вести себя определенным образом в той или иной роли в соответствии со своим полом – это...
  - 1) гендерный стереотип
  - 2) гендерная роль
  - 3) гендерная установка
  - 4) гендерное поведение
  
3. Опишите суть «Стокгольмского синдрома». Каковы основные принципы работы с людьми, у которых он проявляется?
  
4. Опишите наиболее распространенные гендерные стереотипы. Как они отражаются в современной рекламе?

5. Охарактеризуйте психофизиологические процессы, происходящие в организме человека по мере развития стресса.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.3)**

1. Назовите автора (-ов), адаптировавшего (-их) теорию поколений для России в 2003-2004 г.
  - 1) М. Каган
  - 2) Е. Шамис
  - 3) К. Левин
  - 4) В. Бунак
  - 5) И. Кон
2. В каком году принят Федеральный закон РФ о противодействии терроризму?
  - 1) 1992
  - 2) 1996
  - 3) 2001
  - 4) 2006
  - 5) 2011
3. Охарактеризуйте виды феминизма.
4. В чем суть процессов гендерной конвергенции?
5. Психологический портрет террориста: социально-демографические, личностные и гендерные особенности.

**7 семестр**

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)**

1. Назовите автора термина «общество изобилия».
 

1) Э. Фромм	3) Ж. Бодрийяр
2) Дж. Гэлбрейт	4) А. Адорно
2. На желании потребителя выделиться из толпы посредством потребления, быть особенным, не таким, как все, основывается...
  - 1) «эффект Лейбенстайна»
  - 2) «эффект сноба»
  - 3) «эффект общего вагона»
  - 4) «эффект ореола».
3. Каковы особенности современного этапа развития общества с точки зрения процессов производства и потребления?
4. Опишите роль культуры потребления в регулировании потребительских практик. Приведите примеры.
5. Охарактеризуйте социально-психологический портрет волонтера.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)**

1. Просьюмер – это...
  - 1) потребитель, демонстрирующий крайнюю степень демонстративного потребления
  - 2) потребитель, склонный к рискованному финансовому поведению
  - 3) производитель, потребляющий продукцию собственного производства
  - 4) потребитель, склонный к инновационным формам финансового поведения.
2. Назовите автора книги «Макдональдизация общества».
  - 1) Дж. Ритцер
  - 2) Т. Веблен
  - 3) Ф. Котлер
  - 4) Г. Маркузе
3. Опишите мотивы волонтерской деятельности.
4. Охарактеризуйте цели демонстративного потребления разных социальных групп.
5. Опишите виды денег в разные исторические периоды.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)**

1. Укажите автора концепции «presumption».
  - 1) Дж. Ритцер
  - 2) Т. Веблен
  - 3) Ж. Бодрийяр
  - 4) Г. Зиммель
2. Вставьте пропущенное понятие: «... – совокупность знаний, представлений, установок, норм и ценностных ориентаций, регулирующих потребительское поведение индивидов».
  - 1) культура потребления
  - 2) финансовая грамотность
  - 3) предпринимательская культура
  - 4) потребительство.
3. Демонстративное потребление – это...
4. Опишите трансформации в отношении людей к деньгам в разные исторические периоды.
5. Понятие и структура финансовой грамотности.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.1)**

1. В чем специфика подхода Т. Веблена к анализу потребления?
  - 1) потребление рассматривается как утилитарный процесс удовлетворения естественных потребностей
  - 2) потребление рассматривается в качестве средства поддержания репутации
  - 3) рассматриваются практики этичного потребления
  - 4) рассматриваются проблемы гиперпотребительства.
2. Сортировка мусора – это пример...
  - 1) дорыночного типа этичного потребления
  - 2) рыночного типа этичного потребления

3) нерыночного типа этичного потребления

3. Какой тип финансового поведения базируется на строгом учете баланса доходов и расходов, трат и накоплений?

- 1) рациональный
- 2) ценностноориентированный
- 3) традиционный
- 4) аффективный

4. В чем психологические особенности городского образа жизни?

5. Социально-психологический портрет «карьериста».

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.2)**

1. Кто из ученых выдвинул идею товарного фетишизма, сформулировал закон возвышения потребностей по мере их удовлетворения, дал анализ потребительной и меновой стоимости товара?

- 1) К. Маркс
- 2) Ж. Бодрийяр
- 3) Г. Зиммель
- 4) Ф. Энгельс

2. Демонстративное потребление характерно лишь для представителей среднего класса.

- 1) верно
- 2) неверно
- 3) в науке нет единого мнения по этому вопросу.

3. Перечислите функции денег.

4. Опишите процесс построения карьеры в условиях классической и гибкой занятости.

5. Психологический портрет горожанина и селянина: сравнительный анализ.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.3)**

1. Укажите автора книги «Теория праздного класса».

- 1) А. Адорно
- 2) Г. Маркузе
- 3) Т. Веблен
- 4) М. Вебер

2. Тенденция в моде, характеризующаяся выбором непритязательной одежды, стремлением выглядеть обычно, «как все», не выделяться, получила название...

- 1) рационализм
- 2) нормкор
- 3) тренд
- 4) антимода

3. Разделите стратегии финансового поведения на а) активные; б) пассивные:

- 1) потребительская
- 2) кредитно-заемная



- 3) сберегательная
- 4) страховая
- 5) инвестиционная

4. Охарактеризуйте специфику финансового поведения россиян.

5. Опишите виды волонтерской деятельности и охарактеризуйте их мотивацию.

### **3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

#### **6 семестр**

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)**

1. Кто ввел в психологию термин «кризис среднего возраста»?

- 1) М. Каган
- 2) В. Бунак
- 3) Ж. Эллиот
- 4) И. Кон

2. Охарактеризуйте особенности коммуникационных кампаний, направленных на лиц среднего возраста. Каковы основные рекламные мессенджи, отвечающие специфике кризиса среднего возраста?

3. Приведите примеры рекламы, ориентированной на детей. Опишите психологические механизмы ее воздействия на сознание и поведение.

4. Какие рекламные и PR-акции, на Ваш взгляд, стали наиболее успешными в период пандемии COVID-19? Почему?

5. Разработайте стратегию и тактику рекламной кампании определенного товара (по выбору) для представителей «молчаливого» поколения.

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)**

1. На оценку эффективности коммуникационной кампании чаще всего отводят...

- 1) 5% общего бюджета
- 2) 20% общего бюджета
- 3) 40% общего бюджета

2. Каковы наиболее распространенные критерии оценки эффективности коммуникационной кампании?

- 1) качественные
- 2) количественные
- 3) и те, и другие
- 4) ни те, ни другие

3. При помощи какого социально-психологического метода возможно оценить результаты коммуникационной кампании по налаживанию внутрикорпоративных коммуникаций и отношений?
- 1) эксперимент
  - 2) социометрия
  - 3) контент-анализ
  - 4) все варианты верны
4. Приведите примеры качественных показателей эффективности социальной рекламы, направленной на борьбу с наркотической зависимостью в молодежной среде.
5. Каким образом можно измерить количественные показатели эффективности антитеррористической коммуникационной кампании?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)**

1. Расположите этапы осуществления коммуникации с целевой аудиторией в логической последовательности:
  - 1) кодирование информации
  - 2) формирование замысла
  - 3) обратная связь
  - 4) декодирование сообщения
2. Назовите наиболее распространенную стратегию ситуационного анализа:
  - 1) AIDA
  - 2) EAV
  - 3) SWOT
  - 4) RACE
3. Приведите пример неудачной с психологической точки зрения российской рекламы. На какую аудиторию она ориентирована? В чем причины ее провала?
4. В чем Вы видите принципиальные отличия коммуникационных кампаний, ориентированных а) на традиционные; б) на нестандартные семейные ценности?
5. Какие коммуникационные технологии борьбы с терроризмом Вы считаете наиболее эффективными? Обоснуйте ответ.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.1)**

1. С психологической точки зрения основная цель позиционирования – это...
  - 1) определить политическую позицию
  - 2) добиться устойчивого представления в сознании покупателей об уникальности организации и ее товаров
  - 3) произвести лучший товар
  - 4) разместить товары на выгодных позициях
2. Стратегии корпоративного позиционирования должны варьироваться в зависимости от целевых аудиторий.
  - 1) верно

2) неверно

3. Выделите виды и особенности внутренних и внешних коммуникаций организации.

4. Опишите особенности позиционирования конкретной организации (ТулГУ) в сознании: а) абитуриентов; б) студентов; в) работников; г) работодателей.

5. Охарактеризуйте функции специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям. Какие предъявляются требования к его психологической подготовке?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.2)**

1. Event-менеджмент – это...

- 1) позиционирование корпорации
- 2) организация и проведение мероприятий
- 3) метод ситуационного анализа
- 4) метод оценки эффективности коммуникационной кампании.

2. Какие социально-психологические факторы функционирования организации следует учитывать при разработке внутрикорпоративного мероприятия?

- 1) гендерный состав работников
- 2) возрастной (поколенческий) состав работников
- 3) особенности внутрикорпоративных коммуникаций
- 4) степень конфликтности
- 5) верно все перечисленное.

3. Разработайте проект внутрикорпоративного мероприятия по борьбе с терроризмом.

4. Какими методами можно оценить эффективность позиционирования конкретной организации (ТулГУ) в сознании потенциальных абитуриентов и их родителей?

5. Опишите типы внутрикорпоративных мероприятий с учетом гендерного фактора. В чем психологические особенности их организации и проведения?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.3)**

1. Неприятие имиджа коммуникатора – это пример...

- 1) психологического барьера коммуникации
- 2) социокультурного барьера коммуникации
- 3) технического барьера коммуникации
- 4) нет верного варианта ответа

2. Какие психологические характеристики аудитории необходимо учитывать в процессе формирования публичного дискурса?

- 1) ценности и интересы
- 2) гендерные особенности
- 3) возрастные (поколенческие) характеристики
- 4) каналы и средства коммуникации.

3. Опишите каналы коммуникации, наиболее эффективные для коммуникации с представителями поколения «X».
4. Охарактеризуйте приемы работы специалиста по рекламе с представителями поколения «Альфа».
5. Перечислите особенности современного рекламного дискурса с точки зрения гендерной психологии.

### 7 семестр

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.1)**

1. Какой эффект потребления характеризуется конформностью, выбором товара или услуги на основе стремления быть «как все», не отличаться от других?
  - 1) «эффект сноба»
  - 2) «эффект общего вагона»
  - 3) «эффект Лейбенштейна»
  - 4) «эффект Веблена»
2. Опишите социально-психологический портрет ответственного потребителя. На какие его черты следует ориентироваться при разработке коммуникационных акций и программ?
3. Приведите примеры рекламы, направленной на демонстративного потребителя. Опишите психологические механизмы ее воздействия на сознание и поведение.
4. Каким образом при разработке стратегии и тактики коммуникационных кампаний учитывать тип финансового поведения целевой аудитории? Приведите пример.
5. Разработайте стратегию и тактику рекламной кампании определенного товара (по выбору) для представителей а) городского населения; б) сельского населения.

#### **Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.2)**

1. Выберите верные утверждения о структурированной карьере:
  - 1) это упорядоченная последовательность связанных друг с другом видов работ
  - 2) включает служебные перемещения случайного характера
  - 3) характерна преимущественно для работников умственного труда
  - 4) характерна для работников неквалифицированного физического труда
2. Выделите активные стратегии финансового поведения:
  - 1) потребительская
  - 2) кредитно-заемная
  - 3) сберегательная
  - 4) страховая
  - 5) инвестиционная
3. Охарактеризуйте психологические особенности восприятия рекламы жителями: а) города; б) сельской местности.

4. Приведите примеры качественных показателей эффективности социальной рекламы, направленной на популяризацию ответственного потребления.
5. Каким образом можно измерить количественные показатели эффективности коммуникационной кампании по популяризации волонтерской деятельности?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-7 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-7.3)**

1. При разработке коммуникационной кампании необходимо учитывать психологические закономерности восприятия информации аудиторией. Так называемая «кривая Вундта» демонстрирует...
  - 1) взаимосвязь масштабности информационного давления и уровня интереса к коммуникационной кампании
  - 2) зависимость эффективности кампании по связям с общественностью от уровня расходов на ее проведение
  - 3) зависимость стратегии кампании по связям с общественностью от времени ее проведения
  - 4) взаимосвязь между социально-демографическими характеристиками аудитории и выбором ею коммуникационных каналов.
2. Охарактеризуйте явление «нормкор». Как Вы считаете, какие коммуникационные процессы (как управляемые, так и стихийные) стимулировали распространение этой тенденции?
3. Предложите проект мероприятия по развитию в России экологичного потребления.
4. В чем Вы видите отличия российских коммуникационных кампаний, ориентированных на:
  - а) жителей города; б) жителей сельской местности?
5. Какие коммуникационные технологии популяризации инвестиционных стратегий финансового поведения населения Вы считаете наиболее эффективными? Обоснуйте ответ.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.1)**

1. Культура потребления – это...
  - 1) совокупность правил поведения в ресторане, в кино, за столом
  - 2) нормы и ценности, регулирующие поведение в сфере приобретения товаров и услуг
  - 3) законодательные акты, регулирующие взаимодействие субъектов рынка.
2. Стратегия корпоративного позиционирования зависит от типа потребительского поведения целевых аудиторий.
  - 1) верно
  - 2) неверно
3. Каким образом при разработке стратегии внешнего корпоративного позиционирования следует учитывать культуру потребительского поведения в разных странах? Приведите примеры.

4. Приведите примеры позиционирования конкретной организации в качестве социально ответственной через пропаганду принципов экологичного потребления. Насколько эффективна такая стратегия? Обоснуйте ответ.

5. Охарактеризуйте функции волонтера, участвующего в корпоративных мероприятиях. Какие предъявляются требования к его психологической подготовке?

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.2)**

1. Коммуникационная политика – это...

- 1) совокупность принципов позиционирования организации
- 2) процесс организации и проведения мероприятий
- 3) правила взаимодействия организации с властными структурами.

2. Перечислите факторы распространения экологичного потребления, на которые можно оказать влияние посредством событийного менеджмента:

- 1) уровень жизни, дохода, образования населения
- 2) инфраструктура и политика
- 3) мнение и поведение социального окружения
- 4) сознание и поведение индивидов и групп.

3. Предложите проект мероприятия по вовлечению граждан в процесс благоустройства городского пространства.

4. Какими методами можно оценить эффективность позиционирования конкретной организации (ТулГУ) в сознании а) городских жителей; б) сельских жителей?

5. Опишите социально-психологический портрет волонтера. К каким типам внутрикорпоративных мероприятий целесообразно привлекать волонтеров? Обоснуйте ответ.

**Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-8 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-8.3)**

1. Негативное восприятие рекламы товаров класса «Lux» жителями сельской местности – это пример...

- 1) психологического барьера коммуникации
- 2) социокультурного барьера коммуникации
- 3) технического барьера коммуникации
- 4) нет верного варианта ответа

2. Какие психологические характеристики потребителя необходимо учитывать в процессе формирования публичного дискурса?

- 1) тип потребительского поведения
- 2) тип финансового поведения
- 3) вид поселенческих структур.

3. Опишите каналы коммуникации, наиболее эффективные для выстраивания публичного дискурса с представителями а) городского населения; б) сельского населения.

4. Охарактеризуйте приемы работы специалиста по рекламе с представителями демонстративного типа потребления.

5. Перечислите особенности современного рекламного дискурса с точки зрения психологии потребления. На какой тип потребителя ориентированы рекламные послания? Какой тип финансового поведения они стимулируют?